

**EFEKTIVITAS MEDIA *BLACKBERRY MESSENGER* SEBAGAI
SALURAN PESAN DAKWAH LEMBAGA STUDI MAHASISWA
ISLAM (LSMI) ALMADANI DI KALANGAN MAHASISWA
FISIP UNIVERSITAS RIAU**

By: Maya Sucitra Effendi

mayacizy@gmail.com

Counsellor: Rummyeni. S.Sos, M.Sc

Department of Communication Science

Faculty of Social and Political

University of Riau, Pekanbaru

Campus Bina Widya, HR. Soebrantas Street Km. 12.5 Simpang Baru

Phone/Fax. 0761-63272 Pekanbaru 28293

ABSTRACT

The purpose of this research is to understand how Effectiveness of Blackberry Messenger Media as a channel Da'wah Message on institute study of Islamic Student (ALMADANI) among the Fisip Riau University student. With the present disclosure, the development of Da'wah should not be listening to lectures dealing directly with scholars, yet through the message through social media we can easily receive messages of Da'wah every time. One of these Da'wah messages from the media blackberry messenger sent by the Institute for the Study of Islamic Students ALMADANI student UR FISIP.

This research metode has built with kuantitatif descriptive metode and the population is FISIP University of Riau students which related and contact with Almadani on blackberry messenger as a responden. Methods of data collection by field research (field research) by distributing a questionnaire, a questionnaire and a research library data.

Researcher has formulated answered-hypothesis whic reveals the fact that the effectiveness of blackberry messenger media as a channel of LSMI ALMADANI Da'wah messages 4.11 the range of 3.4 - 4.2. The figure explains that the media used blackberry messenger ALMADANI effectively used as a means of Da'wah message channel among students FISIP UR.

Keywords : Effectiveness, Blackberry Messenger, ALMADANI, FISIP Universitas Riau, Da'wah

PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah yang menegaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam pada umat manusia menuju kesejahteraan. Apabila ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu dijalankan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh, maka tatanan kehidupan akan teratur sesuai yang dianjurkan dalam pedoman umat islam yaitu Al-Qur'an dan Hadist

Untuk seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang tidak mungkin dihindari dari kehidupan, bersama dengan pengakuan dirinya sebagai seorang yang mengidentifikasikan diri sebagai seorang penganut Islam. Sehingga orang yang mengakui diri sebagai seorang muslim maka secara otomatis pula dia itu menjadi seorang juru dakwah (Toto.1997:32)

Berdakwah tidak harus menuntut seseorang untuk menjadi da'i, dakwah bisa dilakukan dimanapun, kapanpun dan oleh siapapun yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil orang-orang beriman taat kepada Allah sesuai dengan garis akidah, syari'at dan akhlak Islam. Dan itu bisa dimulai dari diri sendiri, dari hal kecil sehari-hari yang kita lakukan sampai ke hal-hal terdekat kita seperti keluarga atau teman.

Untuk mencapai dakwah yang efektif, maka diperlukan media sebagai perantaranya.

Pesan Nabi Muhammad Shallallahu'Alaihi Wasallam :

"Sampaikan dariku kepada mereka walaupun hanya satu ayat". Barang siapa yang menunjukkan kepada kebaikan maka dia akan mendapatkan pahala sebagaimana pelakunya" (HR. Bukhari)

Salah satu organisasi kerohanian yang berada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) yaitu Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI yang berdiri pada tahun 1998, dengan surat keputusan dari pejabat yang berwenang di lingkungan FISIP, dan yang di tunjuk sebagai ketua pertama LSMI ALMADANI adalah Ridho Muhajir (Ilmu Pemerintahan, 1997). LSMI ALMADAN berdiri pada tahun 1999, dengan kesekretariatan yang terletak di gedung C FISIP. Berbagai kegiatan diselenggarakan oleh LSMI ALMADANI untuk menggencarkan syiar Islamnya di FISIP, dengan bentuk kegiatan yang bertujuan memperdalam pemahaman keislaman seperti kajian WISRUH (Wisata Ruhiah) yang diadakan setiap hari selasa setelah selesai sholat dzuhur di mushola FISIP.

Menurut admin *blackberry messenger* LSMI ALMADANI, Ricky Dwi Bitanio menyatakan bahwa:

"Respon yang bagus diantara semua media sosial yang dimiliki LSMI ALMADANI yaitu *Blackberry Messenger*. Mungkin cakupan luas media itu adalah facebook, karena banyak teman di facebook. Tapi belum tentu

banyak teman juga banyak responnya, karena keseringan posting di *facebook* jarang yang koment, tapi di *bbm* justru bagus karena pesan yang dikirim lebih bisa diterima dengan menggunakan *display picture* yang berisikan pesan dakwah yang di *download* dari internet dengan suber terpercaya ataupun langsung didesain oleh admin, dan juga mengirimkan taujih dengan cara *broadcast*”

Pembagian Kriteria Kontak di Blackberry Messenger LSMI ALMADANI

No	Kriteria	Jumlah Kontak
1	Pengurus ALMADANI	34
2	Mahasiswa FISIP	125
3	Mahasiswa Fakultas Lain	24

Sumber: Koordinator Syiar LSMI ALMADANI, 2015

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu: “Seberapah efektifkah media *Blackberry Messenger* sebagai saluran pesan dakwah Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI kalangan mahasiswa FISIP UR?”

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektifitas media *Blackberry Messenger* sebagai saluran pesan dakwah Lembaga Studi Mahasiswa Islam ALMADANI kalangan mahasiswa FISIP Universitas Riau

TINJAUAN PUSTAKA

Efektivitas

Menurut Emerson, efektifitas adalah “*effectivities is measuring in tern of prescribed goals of objectivers*” yang artinya pengukuran dalam arti tercapainya sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.

Mo.Nazir memberikan pengertian efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target kualitas, kuantitas waktu yang dipakai telah sesuai dengan target yang dikehendaki. Efektivitas berorientasi kepada output dan kurang memperhatikan masalah input. Efektivitas mencakup mutu output dan pencapaian tujuan, serta kepuasan kelompok target.

Dan juga Agung kurniawan dalam bukunya Transformasi Layanan Publik mengartikan efektifitas sebagai kemampuan melaksanakan tugas, fungsi dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaanya.

Suatu proses komunikasi dikatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator kepada komunika dapat diterima dengan baik dan dapat mengakibatkan perubahan perilaku kearah yang lebih baik yang meliputi aspek atau nilai-nilaiyang berorientasi pada ketertarikan dan kesenangan.

Media Sosial

Media Sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana bertukar informasi secara online di dunia maya dan para pengguna (*user*) media bisa saling berkomunikasi, berbagi pesan (*sharing*) dan bisa membangun jaringan (*networking*)

Andreas Kplan dan Michael Haenlein mendefenisikan media sosial adalah sebuah atau sekumpulan kelompok aplikasi berbasis internet

yang digunakan untuk membangun ideologi dan teknologi *Web 2.0*, yang bisa melakukan penciptaan dan pertukaran user-generated content.

Industri media terbaru merupakan media yang tumbuh pesat. Sekitar 73% dari semua konsumen adalah online, dan jumlah uang yang dihabiskan untuk iklan diinternet meningkat \$8 miliar pada tahun 2000 menjadi \$23 miliar pada tahun 2008. Media Internet menjadi medium massa baru sekaligus sistem pengiriman yang terintegrasi bagi media tradisional cetak, audio, video (Biagi. 2009: 13)

Blackberry Messenger

Blackberry merupakan perangkat selular yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, *Research In Motion* (RIM) yang menyediakan layanan push e-mail, telepon, sms, menjelajah internet, chatting dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Dalam penggunaanya *Blackberry* merupakan gadget canggih begitu sangat fenomenal belakangan ini, sehingga untuk beberapa orang dijadikan sebagai kebutuhan gaya hidup.

Blackberry Messenger digunakan untuk pengirim pesan instan yang disediakan untuk para pengguna perangkat *blackberry*. *blackberry messenger* memiliki layanan *Messenger* yang dibuat khusus bagi pemilik *blackberry* dan dirancang untuk berkomunikasi diantara pengguna yang hanya memiliki smartphone *blackberry*. Seiring perkembangannya, aplikasi yang awalnya hanya dapat digunakan pada Smartphone BlackBerry, akan tetapi sudah dapat digunakan pada smartphone selain *blackberry* yang berbasis android seperti smartphone dari Samsung, Nokia, *Evercoss* dan

lain-lain. Bahkan pada baru-baru ini pihak *blackberry* telah meluncurkan aplikasi *blackberry messenger* yang dapat digunakan lewat komputer.

Saluran Pesan Dakwah

Saluran dapat disebut media perantara. Pesan berarti sebuah perintah atau nasehat atau amanah yang akan disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Dakwah Menurut istilah (terminologi) definisi dakwah oleh Drs.Hamsah Ya'kub, dalam bukunya "Publisistik Islam" memberikan pengertian bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. (Hasan Bisri, 2010: 73).

Jadi dapat kita simpulkan bahwasanya saluran pesan dakwah ialah media perantara yang menyampaikan sebuah ajakan, nasehat atau amanah dari seseorang kepada orang lain yang bertujuan untuk syiar Islam.

Sejarah Islam mencatat bahwa tugas dan kewajiban berdakwah sejak semula dibebankan kepada Rasul dan pengikutnya.

Teori Lasswell dan Model Komunikasi S-M-C-R-E

Pada dasarnya teori ini hanya berupa ungkapan verbal yang berbentuk sebuah pertanyaan. Model Laswell ini sering diterapkan pada komunikasi massa yang mengisyaratkan bahwa sebuah saluran dapat membawa pesan. Adapun sumber atau unsur komunikasi yang biasa diterapkan Model Harold Laswell, yaitu:

1. **Who.** Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang memiliki keperluan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu interaksi

dari orang perorangan, orang ke kelompok, kelompok ke kelompok, kelompok ke organisasi bahkan sampai ke suatu negara.

2. **Say what** : merupakan bahan untuk analisis isi. Apa yang akan disampaikan/ dikomunikasikan kepada penerima(komunikan), dari sumber(komunikator). Yang menjadi perwakilan symbol verbal/non verbal, yaitu perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber.
3. **In which chanel** : Merupakan saluran komunikasi dikaji dalam analisis media. Sarana penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang dilakukan secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll).
4. **To Whom**: Unsur oenerima yang dikaitkan dengan analisis khalayak. Tujuan/sasaran pesan yang akan disampaikan
5. **With what effect** : unsur pengaruh berhubungan dengan studi menegenai akibat yang ditimbulkan pesan kamunikasi massa pada khalayak, pembaca, pendengar/ audiens. Apa dampak/efek yang terjadi pada komunikan(penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

Teori CMC (*Computer Mediated communication*)

Teori CMC (*Computer Mediated communication*) merupakan program aplikasi yang digunakan untuk melakukan komunikasi antara dua orang atau lebih untuk berinteraksi melalui alat pendukung berupa komputer yang berbeda dan berada di tempat yang berbeda pula. Menurut definisi John December (1997), yang dimaksud dengan *Computer Mediated*

Communications adalah proses komunikasi manusia dengan computer, melibatkan orang-orang, berada dalam konteks yang terbatas, dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka ragam. Sedangkan Susan Herring (1996) memberikan definisi klasik *Computer Mediated Communications*, yaitu komunikasi yang mengambil tempat antara manusia melalui alat komputer (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004).

METODE PENELITIAN

Penelitian Kuantitatif

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam pencarian fakta status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat (Sedarmayanti dan Hidayat, 2002: 33). Dalam pengambilan sampel, peneliti memutuskan untuk menggunakan *Random Sampling*. Sampel Random Sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa FISIP UR yang berteman dikontak *Blackberry Messenger* LSMI yaitu sebanyak 159 kontak. Sampel yang dapat diambil dari populasi dengan menggunakan rumus slovin adalah sebesar 61,38 maka dibulatkan menjadi 61 orang responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin merupakan suatu jenis kriteria responden berdasarkan jumlah frekuensi perbedaan jenis kelamin

dalam suatu penelitian dengan pengukuran berdasarkan skala nominal yaitu laki-laki dan perempuan. Dapat diketahui bahwa responden mahasiswa FISIP UR yang berteman dengan *blackberry messenger* LSMI ALMADANI menunjukkan sebanyak 29 responden atau sekitar 47,54% adalah berjenis kelamin perempuan. Dan 32 responden atau sekitar 52,46%. dan responden berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan responden berjenis kelamin laki-laki menjadi responden terbanyak.

Data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan usia, menunjukan jumlah responden terbesar adalah mahasiswa yang berada dalam rentang usia 18-20 tahun yang sebanyak 37 responden atau 60,66%. Sedangkan yang berusia 21-23 sebanyak 24 responden atau 39,34%.

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan jurusan, dapat diketahui bahwa responden terbanyak dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi sebanyak 18 responden. Sedangkan mahasiswa jurusan Hubungan Internasional sebanyak 15 responden, mahasiswa jurusan Administrasi Publik, sebanyak 10 responden. Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis sebanyak 2 responden. Mahasiswa jurusan Sosiologi sebanyak 5 responden. Mahasiswa jurusan Pariwisata sebanyak 4 responden dan mahasiswa jurusan Ilmu pemerintahan sebanyak 6 responden.

Efektivitas Media Blackberry Messenger Sebagai Saluran Pesan Dakwah Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI Di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Riau

Indikator yang digunakan dalam mengukur keefektifan sebuah

proses komunikasi yang dikemukakan oleh Hardjana antara lain Penerima Pesan (*Receiver*), Isi Pesan (*Content*), Media Komunikasi(*Media*), Format(*format*), Sumber Pesan (*Source*), dan Ketepatan Waktu (*timing*) (dalam Hapsari, 2013:267)

Distribusi Frekuensi Indikator Receiver

N	SS	S	R	KS	TS	Itl	Mean
o	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	
1	20	32	9	0	0	61	4,03
	33 %	52 %	15 %	0 %	0 %	100 %	
2	18	36	7	0	0	61	4,18
	30 %	59 %	11 %	0 %	0 %	100 %	
Rata-Rata							4,10

Sumber: Data Olahan Penulis, 2015

Selanjutnya data yang diperoleh dihitung nilai skor rata-rata untuk mengetahui tingkat efektivitas indikator *receiver*. Dari hasil penjumlahan diperoleh skor rata-rata responden yaitu sebesar 4,10.

Berdasarkan indikator *receiver/user* menghasilkan skor kumulatif rata-rata 4,106. Skor ini menempati rentang skala 3,4 - 4,2. Hal ini menginformasikan bahwa pesan yang dikirim dari *blackberry messenger* Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI efektif sebagai saluran pesan dakwah kalangan mahasiswa FISIP Universitas Riau sesuai dengan yang diinginkan penerima pesan menggunakan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan akan informasinya tentang Islam.

Distribusi Frekuensi Indikator *Content*

No	SS	S	R	KS	TS	Ttl	Mean
	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	
1	28	23	10	0	0	61	4,29
	46 %	37 %	17 %	0 %	0 %	100 %	
2	28	27	2	0	0	61	3,90
	46 %	44 %	3 %	0 %	0 %	100 %	
Rata-Rata							4,09

Sumber: Data Olahan Penulis, 2015

Selanjutnya data yang diperoleh dihitung nilai skor rata-rata untuk mengetahui tingkat efektivitas indikator *content*. Dari hasil penjumlahan diperoleh skor rata-rata responden yaitu sebesar 4,09.

Berdasarkan indikator *content* menghasilkan skor kumulatif rata-rata 4,09. Skor *content* menempati rentang penilaian efektif yaitu masuk pada rentang skala 3,4 - 4,20. Hal ini menginformasikan bahwa pesan *blackberry messenger* Lembaga Studi Mahasiwa Islam (LSMI) ALMADANI berisikan ilmu tentang Islam dan nasehat kehidupan yang mampu membuat perasaan menjadi tenang

Distribusi Frekuensi Indikator *Media*

No	SS	S	R	KS	TS	Ttl	Mean
	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	
1	32	27	9	0	0	61	4,49
	53 %	44 %	15 %	0 %	0 %	100 %	
2	27	28	4	1	1	61	4,24
	44 %	46 %	6 %	2 %	2 %	100 %	
Rata-Rata							4,36

Sumber: Data Olahan Penulis, 2015

Selanjutnya data yang diperoleh dihitung nilai skor rata-rata untuk mengetahui tingkat efektivitas indikator *media*. Dari hasil

penjumlahan diperoleh skor rata-rata responden yaitu sebesar 4,36.

berdasarkan indikator media menghasilkan skor kumulatif rata-rata 4,36. Skor media menempati rentang penilaian sangat efektif yaitu masuk pada rentang 4,2 - 5,0. Hal ini menginformasikan bahwa *blackberry messenger* LSMI ALMADANI berisikan penyampaian pesan seputar keagamaan dan mampu mengubah pola pikir yang membacanya menjadi selalu lebih positif

Distribusi Frekuensi Indikator *Format*

No	SS	S	R	KS	TS	Ttl	Mean
	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	
1	18	35	7	1	0	61	4,59
	30 %	57 %	11 %	2 %	0 %	100 %	
2	15	26	13	4	3	61	3,75
	25 %	43 %	21 %	6 %	5 %	100 %	
Rata-Rata							4,16

Sumber: Data Olahan Penulis, 2015

Selanjutnya data yang diperoleh dihitung nilai skor rata-rata untuk mengetahui tingkat efektivitas indikator *format*. Dari hasil penjumlahan diperoleh skor rata-rata responden yaitu sebesar 4,16.

Berdasarkan indikator format menghasilkan skor kumulatif rata-rata 4,172. Skor format menempati rentang penilaian efektif yaitu masuk pada rentang skala 3,4 - 4,2. Hal ini menginformasikan bahwa pesan yang disajikan sangat bagus sehingga memiliki daya tarik untuk membacanya dan menggunakan format gambar yang menggugah hati.

**Distribusi Frekuensi Indikator
Source**

No	SS	S	R	KS	TS	Ttd	Mean
	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	
1	34	20	5	1	1	61	4,39
	56 %	33 %	9 %	1 %	1 %	100 %	
2	24	24	8	4	1	61	4,08
	39 %	39 %	14 %	7 %	1 %	100 %	
Rata-Rata							4,23

Sumber: Data Olahan Penulis, 2015

Selanjutnya data yang diperoleh dihitung nilai skor rata-rata untuk mengetahui tingkat efektivitas indikator *source*. Dari hasil penjumlahan diperoleh skor rata-rata responden yaitu sebesar 4,23.

Berdasarkan indikator *source* menghasilkan skor kumulatif rata-rata 4,237. Skor *source* menempati rentang penilaian sangat efektif yaitu masuk pada rentang skala 4,2 – 5,0. Hal ini menginformasikan responden bahwa pesan yang dikirim LSMI ALMADANI selalu mencatumkan sumber dari yang mereka kutip dan responden mengetahui sumber-sumber pesan yang dikirim lewat *blackberry messenger* LSMI ALMADANI.

**Distribusi Frekuensi Indikator
Timing**

No	SS	S	R	KS	TS	Ttd	Mean
	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	F / %	
1	16	20	19	4	2	61	3,72
	26 %	33 %	31 %	7 %	3 %	100 %	
2	14	24	16	4	3	61	3,68
	23 %	39 %	26 %	7 %	5 %	100 %	
Rata-Rata							3,70

Sumber: Data Olahan Penulis, 2015

Selanjutnya data yang diperoleh

dihitung nilai skor rata-rata untuk mengetahui tingkat efektivitas indikator *timing*. Dari hasil penjumlahan diperoleh skor rata-rata responden yaitu sebesar 3,70.

Berdasarkan indikator *timing* menghasilkan skor kumulatif rata-rata 3,704. Skor *timing* menempati rentang penilaian efektif yaitu masuk pada rentang skala 3,4 – 4,2. Hal ini menginformasikan responden bahwa isi pesan *blackberry messenger* LSMI ALMDANI bertepatan dengan perayaan hari-hari besar agama Islam dan mengirimkan informasi acara-acara keagamaan sesuai dengan ketepatan waktu terselenggaranya acara.

Berdasarkan penjelasan dari tanggapan masing-masing responden dapat diambil kesimpulan bahwa secara keseluruhan pengukuran efektivitas *blackberry messenger* sebagai saluran pesan dakwah Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Riau penilaiannya efektif yaitu 4,11 dalam rentang 3,4 – 4,2. Pesan yang disampaikan LSMI ALMADANI berisikan informasi pengetahuan islam yang sangat menggugah hati, sehingga membuat perasaan menjadi tenang. Ditambah dengan format penulisan dan penggunaan gambar *display picture* yang memiliki daya tarik tersendiri. Dan setiap pesan yang disampaikan mencantumkan sumber dari pesan yang dikutip, dimana sumber itu bisa dipertanggung jawabkan, serta pesan terkadang sesuai dengan ketepatan waktu dengan perayaan hari-hari besar agama Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data mengenai efektivitas media *blackberry messenger* sebagai saluran pesan

dakwah Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI dikalangan mahasiswa FISIP Unviersitas Riau indikator yang paling efektif dari saluran pesan dakwah *blackberry messenger* Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI adalah bahwa pesan yang dikirim *blackberry messenger* LSMI ALMADANI menambah pengetahuan tentang Islam. Pada item ini dengan jumlah tertinggi menyatakan setuju sebanyak 36 reponden. Ini dikarenakan responden sering membaca/memakai media *blackberry messenger*.

Dari hasil skor perhitungan rata-rata didapat tingkat efektivitas media *blackberry messenger* sebagai saluran pesan dakwah LSMI ALMADANI yaitu 4,11 dalam rentang 3,4 – 4,2. Angka tersebut menjelaskan bahwa media *blackberry messenger* yang digunakan LSMI ALMADANI efektif dijadikan sebagai sarana saluran pesan dakwah dikalangan mahasiswa FISIP UR.

Hasil pengukuran efektivitas media *blackberry messenger* sebagai saluran pesan dakwah Lembaga Studi Mahasiswa Islam (LSMI) ALMADANI dikalangan mahasiswa FISIP Unviersitas Riau, sebagai berikut:

1. Pengukuran indikator *receiver* memperoleh skor rata-rata sebesar 4,10. Nilai ini masuk ke dalam rentang skala efektif (3,4 – 4,2). masing-masing item pernyataan memperoleh nilai 4,03 dan 4,18 (rentang skala efektif), Hal ini menunjukkan bahwa responden membaca/memakai media *blackberry messenger* LSMI ALMADANI untuk menambah pengetahuan tentang Islam.
2. Pengukuran indikator *content* memperoleh skor rata-rata sebesar 4,09. Nilai ini masuk ke dalam rentang skala efektif (3,4 – 4,2).

masing-masing item pernyataan memperoleh nilai 4,29 dan 3,90 (rentang skala efektif), Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang dikirim melalui *blackberry messenger* LSMI ALMADANI isi pesan, sesuai dengan fakta, dan pesan mudah dipahami sehingga responden mendapatkan ilmu tentang Islam yang mampu mengubah perasaan menjadi tenang.

3. Pengukuran indikator *media* memperoleh skor rata-rata sebesar 4,36. Nilai ini masuk ke dalam rentang skala sangat efektif (4,2 – 5,0), masing-masing item pernyataan memperoleh nilai 4,49 dan 4,24 (rentang skala sangat efektif), Hal ini menunjukkan bahwa media *blackberry messenger* LSMI ALMADANI tersebut sudah dapat dinilai sebagai media untuk menyampaikan pesan seputar keagamaan yang mampu mengubah pola pikir menjadi selalu positif
4. Pengukuran indikator *format* memperoleh skor rata-rata sebesar 4,16. Nilai ini masuk ke dalam rentang skala efektif (3,4 - 4,2), masing-masing item pernyataan memperoleh nilai 4,59 dan 3,75 (rentang skala efektif),. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan pesan yang dikirim lewat balckberry LSMI ALMADANI sudah cukup mmenarik mahasiswa FISIP Universitas Riau untuk dikonsumsi.
5. Pengukuran indikator *source* memperoleh skor rata-rata sebesar 4,23. Nilai ini masuk ke dalam rentang skala efektif (4,2 – 5,0). masing-masing item pernyataan memperoleh nilai 4,39 dan 4,08 (rentang skala sangat efektif), Hal ini menunjukkan bahwa isi pesan *blackberry messenger* LSMI ALMDANAI memberi informasi

dengan mencantumkan sumber yang jelas dan akurat sehingga sumber tersebut dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan.

6. Pengukuran indikator *timing* memperoleh skor rata-rata sebesar 3,70. Nilai ini masuk ke dalam rentang efektif (3,4 - 4,2). masing-masing item pernyataan memperoleh nilai 3,72 dan 3,68 (rentang skala efektif),. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan oleh media *blackberry messenger* LSMI ALMADANI tesebut sudah tepat waktu dan pas sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqur'an dan Terjemahannya. 2010. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an. Bandung: Al-Mizan Publishing House
- Achmadi, *Narbuko*. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Biagi, Shirley. 2009. *Media/Impact, Pengantar Media Massa*, PT. Salemba Humanika.
- Bisri, Hasan. 2010. *Filsafat Dakwah*. Surabaya: Dakwah Digital Press.
- Darmadi Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya
- Gamble, Teri Kwal dan Michael Gamble. 2005. *Communication Works: Eight Edition*. New York: MC Graw Hill.
- Gibson, dkk.1984. *Organisasi dan Manajemen Perilaku Struktur Proses*. Edisi keempat (Terjemahan : Djoerban Wahid). Jakarta : Penerbit Erlangga
- Hardjana, Andre. 2000. *Evaluasi Komunikasi : Teori dan Praktek*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein [2010] "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". Business Horizons
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset kominikasi*. Jakarta: Kancana
- Nazaruddin. 2005. *Dynamic Modeling and Simolation As A Two-Bad Silicagel-Water Adsorption Chiller*. Dertation Dwnt Aachen. Germany
- Mulyana, Deddy 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ndraha, Talidizuhu. 2005. *Teori Budaya Organisasi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Purba, Amir dkk. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press..

- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ridwan. 2004. *Statiska untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/ Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Rosyad Saleh, Abd. 1997. *Manajemen Dakwah Islam*. Bulan Bintang. Jakarta
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada. 2004
- Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju
- Sony, Sumarsono. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia, Yogyakarta* : Graha Ilmu.
- JURNAL:
- Novica. 2013. Peran Fitur Blackberry Sebagai Media Komunikasi Bisnis Masyarakat Samarinda Dalam Memasarkan Produk Secara Online. Samarinda: Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman
- Sari, Parwita. 2011. *Pengaruh Fasilitas Blackberry Terhadap Sikap Individual Pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*. Banten: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Silalahi, J. 2006. *“Fats and Oils: Modification and Substitution” . Lecture Notes. Postgraduate Section*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Perdianto. 2013. *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*. Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel